

LAMPIRAN

Hal : Bantuan Mengisi Kuesioner

Kepada Yth. Responden

Pada saat ini, saya Della Iksari Herman sedang melakukan penelitian mengenai persepsi iklan baliho Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Untuk itu, saya mohon kesediaan Anda untuk berpartisipasi mengisi kuesioner ini. Mohon diisi dengan jujur karena identitas responden hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis.

Atas bantuan dan partisipasi Anda, saya ucapkan terima kasih.

KUESIONER PENELITIAN

IDENTITAS

1. Nama

.....

2. Jenis Kelamin :

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

3. Usia :

☐ 16 Tahun

☐ 17 Tahun

☐ 18 Tahun

4. Alamat :

☐ Semarang

☐ Luar Semarang

5. Sudah pernah melihat baliho Unika Soegijapranata Semarang (Jika ya

Lanjut:

☐ Ya

☐ Tidak

6. Apakah ada rencana ingin masuk Unika Soegijapranata Semarang :

☐ Ya, Fakultas/ Jurusan yang diinginkan:

☐ Tidak, alasan :

Di bawah ini terdapat gambar iklan baliho UNIKA Soegijapranata (yang selanjutnya akan ditulis UNIKA). Anda diminta untuk memberikan tanggapan mengenai iklan tersebut dengan memberi tanda (X)

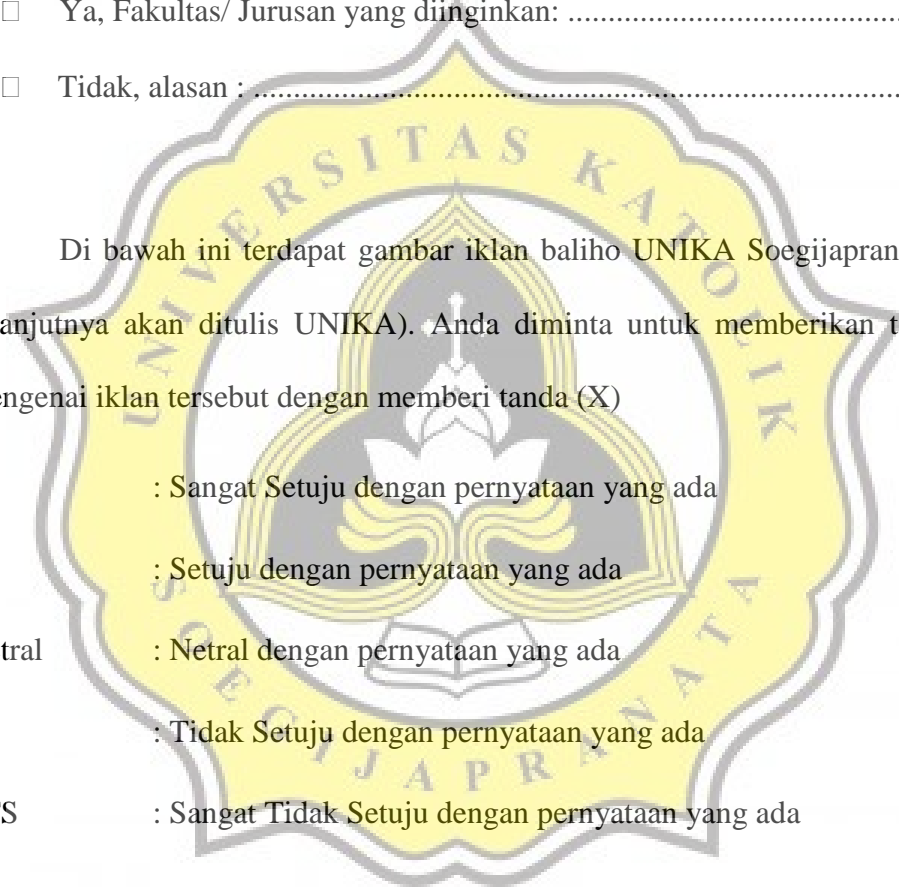
SS : Sangat Setuju dengan pernyataan yang ada

S : Setuju dengan pernyataan yang ada

Netral : Netral dengan pernyataan yang ada

TS : Tidak Setuju dengan pernyataan yang ada

STS : Sangat Tidak Setuju dengan pernyataan yang ada



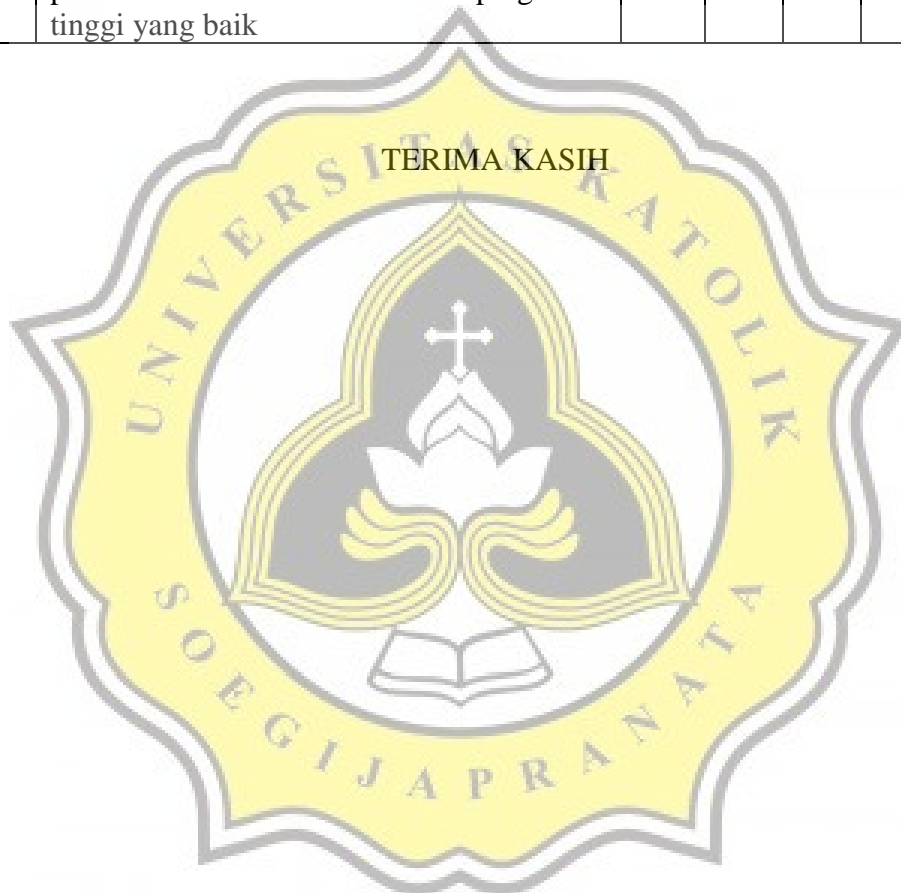


Gambar Iklan Baliho UNIKA Soegijapranata Semarang

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<i>Dimensi Empathy</i>						
1	Isi iklan baliho PMB UNIKA jelas maksud dan tujuannya					
2	Isi pesan pada iklan baliho PMB UNIKA mudah dimengerti					
3	Tampilan gambar pada iklan baliho PMB UNIKA menarik					
<i>Dimensi Persuasion</i>						
4	Setelah melihat iklan PMB UNIKA, saya tertarik menjadikan UNIKA sebagai pilihan tempat berkuliah					
5	Setelah melihat iklan PMB UNIKA, saya tertarik untuk mendaftar di UNIKA					
<i>Dimensi Impact</i>						
6	Isi iklan PMB UNIKA mampu menggambarkan suasana belajar di UNIKA					
7	Isi iklan PMB UNIKA mampu memberikan informasi mengenai UNIKA					
8	Isi iklan PMB UNIKA mampu menunjukkan keunggulan pendidikan di UNIKA					

Dimensi <i>Communication</i>					
9	Pesan dari iklan PMB UNIKA mudah diingat				
10	Setelah melihat iklan PMB UNIKA tersebut, iklan meninggalkan kesan positif dalam diri saya				

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
11	Iklan PMB UNIKA tersebut membuat saya paham bahwa UNIKA adalah perguruan tinggi yang baik					





PLAGIARISM
CHECK.ORG



8.74% PLAGIARISM
APPROXIMATELY

Report #11374404

BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Pemasaran merupakan suatu aspek yang penting bagi kelangsungan perusahaan. Apabila ingin dikenal oleh masyarakat luas dan eksistensinya tetap terjaga, perusahaan membutuhkan pemasaran yang tepat dalam mengkomunikasikan baik produk maupun tujuannya. The American Marketing Association di Amerika Serikat dan Kanada mendefinisikan pemasaran sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, harga, promosi dan distribusi ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan individu serta tujuan organisasi (Kotler & Keller, 2016). Melalui pemasaran, perusahaan bisa mengkomunikasikan apa yang menjadi nilai dari produk mereka dan perusahaan bisa menjangkau calon pelanggan dengan nilai yang ingin disampaikan oleh perusahaan. Dengan menggunakan pemasaran yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan penjualan dari produk-produk yang ditawarkan. Salah satu metode komunikasi pemasaran yang sering digunakan oleh banyak perusahaan adalah iklan. Iklan menjadi salah satu bentuk promosi yang paling dikenal karena jangkauannya yang luas (Morissan, 2010). Iklan merupakan media informasi yang dibuat agar dapat menarik minat khalayak, sehingga dapat membuat khalayak secara sukarela terdorong untuk melakukan tindakan seperti yang diinginkan oleh pengiklan

REPORT CHECKED
#1137440424 SEP 2020, 12:22 PM

AUTHOR
STUDIO PEMBELAJARAN DIGITA

PAGE
1 OF 37